

*Sabina Cisek**

Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa
Uniwersytet Jagielloński

**POLSKIE PUBLIKACJE ELEKTRONICZNE W INFORMACJI
O FIRMACH: PROJEKT PORTALU BIBLIOTECZNEGO**
[POLISH ELECTRONIC PUBLICATIONS OFFERING COMPANY
INFORMATION: LIBRARY PORTAL]

Abstrakt: Dostęp do Internetu – oferowany przez biblioteki – nie wystarcza dla zaspokojenia potrzeb w zakresie informacji o firmach, niezbędnej zarówno w działalności gospodarczej, jak i w codziennym życiu „szarego obywatela”. Polskie publikacje elektroniczne na temat firm są bowiem zróżnicowane pod względem treści, formy oraz jakości. Pracownik informacji winien pomóc użytkownikowi w dokonaniu selekcji i oceny źródeł. Biblioteczny portal tematyczny dotyczący informacji o firmach byłby zatem przydatny bibliotekarzowi (jako narzędzie pracy) oraz użytkownikowi (jako źródło informacji). Projekt portalu powstał na bazie doświadczeń bibliotek polskich i zagranicznych (m.in. w Oddziale Informacji Biznesowej WBP w Krakowie, Business Information Department, County Public Library w Buffalo) oraz zasobów sieciowych (m.in. lista dyskusyjna BUSLIB-L).

Abstract: The access to the Internet offered by libraries does not satisfy the need for information about firms, which is necessary both in the economic activity and the everyday life of the man in the street. Polish electronic publications on the subject of firms differ as far as their content, form and quality are concerned. Information worker should help users to select and assess sources. a library information portal with information on firms would be, therefore, useful for both a librarian (as a work tool) and for a user (as an information source). The

* Dr SABINA CISEK jest pracownikiem INiB UJ. Ukończyła bibliotekoznawstwo i informację naukową oraz filozofię w Uniwersytecie Jagiellońskim. W tejże uczelni uzyskała stopień doktora nauk humanistycznych. Interesuje się filozoficznymi aspektami informacji naukowej oraz informacją biznesową. Jest autorką ponad dwudziestu publikacji, ostatnio – artykułów: Problematyka filozoficzna we współczesnej nauce o informacji (2000) oraz Informacja biznesowa dla społeczności lokalnych (2000). Adres elektr.: isabina@bilon.miks.uj.edu.pl

plan of such a portal was created on the basis of experience of Polish and foreign libraries (including Oddział Informacji Biznesowej WBP (WBP Department of Business Information) in Kraków, Business Information Department, County Public Library in Buffalo) and web resources (including a discussion list BUSLIB-L).

*
* *
* * *

Przemiany ekonomiczne, polityczne i technologiczne w Polsce w ostatnim dziesięcioleciu zaowocowały powstaniem w społeczeństwie nowych potrzeb informacyjnych, między innymi w dziedzinie szeroko rozumianej **informacji biznesowej**. Definicję tej ostatniej, podstawowe pojęcia oraz kierunki jej rozwoju omówiono we wcześniejszych publikacjach [Arcisz (obecnie Cisek) 1995; 1996; Cisek 2000]. W niniejszym artykule poruszono jedno z zagadnień szczegółowych z tego kręgu, mianowicie – problematykę informacji o firmach w bibliotekach – z wykorzystaniem publikacji elektronicznych. W tym celu opracowano projekt portalu bibliotecznego.

Informacja o firmach stanowi dział informacji biznesowej cieszący się dużym zainteresowaniem użytkowników. Wskazuje na to zarówno praktyka bibliotekarska (np. doświadczenia Oddziału Informacji Biznesowej Wojewódzkiej Biblioteki Publicznej w Krakowie czy Business Information Department w County Public Library w Buffalo w USA), jak i literatura przedmiotu [Burke; Hall 1998, s. 125].

Informacja o firmach (ang. *company information, corporate information*) przydatna jest szerokiemu gronu odbiorców, tj. nie tylko podmiotom prowadzącym działalność gospodarczą, ale również każdemu obywatelowi w kontekście podejmowania decyzji w „codziennym” życiu. Dla przykładu: bezrobotni potrzebują informacji o przedsiębiorstwach, w których mogliby się zatrudnić; osoby pragnące kupić akcje poszukują wiadomości na temat działalności i osiągnięć wybranej przez siebie spółki; każdy, kto chce wynająć specjalistów do wykonania pewnych prac, powinien znać firmy działające w danej branży i ich ofertę itp.

Źródła informacji o firmach są bardzo liczne i zróżnicowane – ze względu na nośnik, formę, treść oraz jakość. Przedmiotem zainteresowania w referacie są wyłącznie polskie internetowe publikacje elektroniczne. Nawet tak zawężony zbiór źródeł obejmuje stosunkowo dużą liczbę dokumentów o odmiennych zawartościach informacyjnych, zakresie, zasięgu, poziomie ogólności, staranności opracowania, aktualności oraz – co prawdopodobnie najważniejsze – wiarygodności. Zatem, zdaniem autorki, sam dostęp do Internetu oferowany przez biblioteki nie wystarczy, by zaspokoić potrzeby użytkowników informacji o firmach. Wielu z nich zagubi się w gąszczu wiadomości, w najlepszym przypadku – tracąc zbyt dużo czasu na dotarcie do potrzebnych danych, w najgorszym – nie znajdując ich w ogóle. Co więcej, z badań przeprowadzonych przez International Data Corporation wynika, iż „71% ankietowanych internautów uważa wyszukiwanie za czynność denerwującą, a uczucie frustracji przychodzi średnio po 12 minutach” [Kuniszewski 2001, s. 180]. Bi-

blioteka, zwłaszcza publiczna, której klienci niekoniecznie muszą być ekspertami w dziedzinie poszukiwania informacji w Internecie, winna więc opracować przyjazne użytkownikom (i bibliotekarzom) narzędzia pracy [Dynkowski; Gawroński 2000]. Takim instrumentem może stać się **biblioteczny portal tematyczny dotyczący informacji o firmach**.

Czym jest **portal internetowy**? Literatura przedmiotu nie zawiera jednoznacznej odpowiedzi na to pytanie, tym niemniej można wskazać pewne typowe cechy i elementy portalu. W „Netopedia – Encyklopedia Internetu Online” znaleziono następujące wyjaśnienie: „Wrota, brama wejściowa do Sieci. Rozbudowany serwis internetowy spełniający (...) funkcję ‘przedsionka’ Internetu. W zamysłu twórców, portal jest miejscem, skąd użytkownicy powinni rozpoczynać surfowanie. (...) Wczesne portale zawierały właściwie tylko tematyczne zbiory odnośników do ciekawych stron WWW. Stopniowo obudowywano je dodatkowymi usługami – serwisami informacyjnymi, darmowymi kontami e-mail czy miejscem na prywatne strony WWW. Dzisiejsze portale oferują praktycznie wszystko. Katalog i wyszukiwarka są już elementami ‘obowiązkowymi’ – ta ostatnia pozwala przeszukiwać nie tylko zasoby WWW, ale także serwery FTP i grupy dyskusyjne Usenet. Oprócz tego we współczesnym portalu internauta znajdzie bogate serwisy tematyczne (doniesienia agencyjne z kraju i ze świata, wiadomości dla inwestorów, prognoza pogody, program TV, serwisy muzyczne, filmowe, motoryzacyjne, sportowe, komputerowe, turystyczne), przewodniki, fora dyskusyjne, zbiory bezpłatnego oprogramowania, itd.” [<http://netopedia.techtech.pl/netopedia/portal.php>].

Portale oferują usługi **informacyjne** (informacje własne oraz odwołania do innych miejsc w Internecie) oraz **komunikacyjne** (chat, grupy dyskusyjne, poczta) [Wimmer 1999], tj. stanowią „drzwi do internetowego królestwa, w którym nie tylko można znaleźć wiedzę, ale i spotkać się z innymi” [Hebda 2000, s. 22]. Podstawowymi elementami współczesnego portalu są zatem: **zawartość** (zasoby informacyjne), **wspólnota użytkowników** oraz **strefa handlowa** (*e-commerce*) [Hebda 2000, s. 23].

Portale internetowe da się pogrupować wedle różnych kryteriów, między innymi na:

- „takie, które tworzą informację oraz takie, które ją tylko przekazują” [Hebda 2000, s. 23]
- uniwersalne (ogólne) oraz tematyczne, w innej terminologii – horyzontalne i wertykalne (czyli wortale) [Konikowski 1999].

Biblioteczny portal dotyczący informacji o firmach będzie portalem tematycznym, tj. wortalem. Wortal, czyli portal wertykalny, jest to: „Portal wyspecjalizowany w jednej tematyce – np. finansach, technologiach informatycznych, medycynie, prawie, itp.” [<http://netopedia.techtech.pl/netopedia/portal.php>]. „Wortal zawiera praktycznie wszystko, co dotyczy danej dziedziny, od rzeczy ogólnie znanych po informacje niezwykle szczegółowe i mogące zainteresować jedynie wąskie grono odbiorców” [Konikowski 1999, s. 24].

Wszelkie prace nad portalem winny zostać poprzedzone kategoryzacją potrzeb informacyjnych potencjalnych użytkowników oraz analizą możliwości technicznych i organizacyjnych biblioteki. Rozstrzygnięciach w tych dwu zakresach będą miały decydujący wpływ na zawartość informacyjną wortalu oraz rodzaj i liczbę udostępnianych w jego ramach usług.

Projektowanie portalu bibliotecznego obejmuje trzy aspekty:

- zawartość wortalu, tj. jego zakres przedmiotowy oraz oferowane usługi informacyjne i komunikacyjne
- zagadnienia informatyczne i technologiczne
- problemy organizacyjne i finansowanie.

W dalszej części artykułu przedstawiono propozycję **zawartości** wortalu bibliotecznego w zakresie informacji o firmach. W dwu zestawieniach zatytułowanych „Usługi informacyjne” oraz „Usługi komunikacyjne” ujęto podstawowe jego elementy, wraz z przykładami i komentarzem. Pominięto strefę handlową, ponieważ jej utworzenie przez bibliotekę wydaje się mało prawdopodobne. Podział usług na informacyjne oraz komunikacyjne nie ma charakteru klasyfikacji logicznej z zachowaniem warunku rozłączności, służy jedynie wstępnemu, przybliżonemu uporządkowaniu materiału. Łatwo można wykazać, że – na przykład – poczta komputerowa będąca narzędziem komunikacji, jest również instrumentem przekazu informacji. Założono także, iż portal biblieczny powinien nie tylko przekazywać informację, ale także ją tworzyć.

USŁUGI INFORMACYJNE

ODWOŁANIA DO INNYCH MIEJSC W INTERNECIE

Katalog stron internetowych zawierających informację o firmach.

Należy zdecydować, czy zostaną w nim zamieszczone wyłącznie strony www uprzednio przejrane i zrecenzowane przez bibliotekarzy, czy też użytkownicy będą mieli możliwość dodawania do katalogu polecanych przez siebie stron.

Kategorie w katalogu stron:

(1) portale i serwisy informacyjne

(a) ogólne, np.:

- www.ahoj.pl
- www.e.pl
- www.gazeta.pl
- www.hoga.pl
- www.interia.pl
- www.internetia.pl
- www.news.com.pl/
- www.odeon.pl
- www.onet.pl
- www.pf.pl
- www.poland.com

- www.portal.pl
- www.wp.pl
- www.yoyo.pl

(b) **dotyczące gospodarki**, np.:

- biznes.interia.pl
- biznes.onet.pl
- kangur.ac.krakow.pl
- mak.wimbp.lodz.pl/informacja/biznes.htm
- www.bankier.pl
- www.biznesnet.pl
- www.e-prawnik.pl
- www.infor.pl
- www.kig.pl
- www.money.pl
- www.pilot-f.pl/
- www.polska.com.pl/
- www.portfel.pl/
- www.twojefinanse.net/
- www.wabank.pl/

(2) **bazy firm**, np.:

- www.hbi.pl
- www.isoguide.pl
- www.kompass.com.pl
- www.panoramafirm.com.pl
- www.pkt.pl
- www.skrzydla.media.pl/baza/
- www.telcadreson.com.pl

(3) **rankingi firm**, np.:

- businessman.onet.pl
- cbsf.ac.krakow.pl/funds/
- polityka.onet.pl
- www.rzeczpospolita.pl
- www.wprost.pl

(4) **katalogi i serwisy branżowe**, np.:

- autohit.pl (branża motoryzacyjna)
- media.onet.pl
- turystyka.onet.pl/abc/biura_podrozy/
- www.budinfo.pl (serwis budowlany)
- www.krakcenbud.com.pl/krakcenbud/index.htm (serwis budowlany)
- www.mojeauto.pl/ (branża motoryzacyjna)

(5) **małe i średnie przedsiębiorstwa**, np.:

- www.centrum.biznesu.pl
- www.mg.gov.pl/inf_msdp/www_raml.htm

(6) **spółki giełdowe**, np.:

- euromoney.pl/
- notowania.onet.pl/tabela/
- www.expander.pl
- www.gpw.com.pl
- www.olimp.com.pl/
- www.parkiet.com.pl/
- www.pyramid.pl/
- www.rynek.owg.pl/
- www.tf.pl

(7) **ciekawe strony domowe firm**

(8) **firmy na świecie, np.:**

- www.carol.co.uk
- www.ceoexpress.com
- www.corporateinformation.com
- www.hoovers.com
- www.reportgallery.com

INFORMACJE WŁASNE

- **Katalog online** biblioteki
- **Poradnik online** dotyczący wyszukiwania wiadomości o firmach w Internecie
- **Serwis informacyjny** dotyczący źródeł informacji o firmach poza Internetem, tj. drukowanych oraz na CD-ROM
- **Serwis informacyjny** na temat producentów i wydawców źródeł informacji o firmach.

USŁUGI KOMUNIKACYJNE (WSPÓLNOTA UŻYTKOWNIKÓW)

- **Bibliotekarz online** (poczta komputerowa umożliwiająca zadawanie pytań dyżurującemu pracownikowi informacji)
- **Fora dyskusyjne**
 - na temat źródeł informacji o firmach
 - dla małego biznesu.

Przedstawiona propozycja zawartości wortalu bibliotecznego o firmach stanowi swego rodzaju „wersję beta”, ma być – w intencji autorki – punktem wyjścia dla dyskusji i dalszych rozważań.

We wstępie do niniejszego referatu użyto – celowo – sformułowania „zarys Projektu portalu”; inaczej rzecz ujmując – wskazano jedynie wybrane kierunki pracy nad wortallem. Rzeczywisty, kompletny projekt portalu bibliotecznego w zakresie informacji o firmach może powstać jedynie jako efekt działań zespołu składającego się – co najmniej – ze specjalistów informacji naukowej (praktyków i teoretyków-badaczy), informatyka, kierownika biblioteki oraz przedstawicieli użytkowników informacji. Projekt taki winien opierać się na analizach: potrzeb i zachowań

informacyjnych użytkowników, źródeł informacji, istniejących portali, etc. Istotne jest również skonstruowanie przyjaznego, czytelnego interfejsu użytkownika oraz architektura i przejrzystość informacji [Jarosz 2000].

WYKORZYSTANE ŹRÓDŁA I OPRACOWANIA

- Arcisz, S. [obecnie Cisek] (1995). Potrzeby informacyjne w gospodarce rynkowej. W: III Krajowe Forum Informacji Naukowej i Technicznej, Jastrzębie-Zdrój 29.05.–2.06. 1995. Materiały konferencyjne. Warszawa: PTIN, s. 54–58
- Arcisz, S. [obecnie Cisek] (1996). Informacja biznesowa i jej użytkownicy w bibliotekach publicznych na Zachodzie. *Biuletyn Informacyjno-Instrukcyjny WBP w Krakowie* nr 1 (185), s. 17–26
- Burke, M.E.; H. Hall (1998). Navigating Business Information Sources. a Practical Guide for Information Managers. London: Library Association Publishing
- Cisek, S. (2000). Informacja biznesowa dla społeczności lokalnych. W: Pietruch-Reizes, D.; A. Sitar-ska; B. Stefaniak (red.). Społeczeństwo informacyjne w perspektywie nowego tysiąclecia. Materiały z V Krajowego Forum Informacji Naukowej i Technicznej. Zakopane 18–21 października 1999, s. 82–86
- Dynkowski, M.; A. Gawroński (2000). Biblioteczne portale albo wirtualne warsztaty informacyjne. *EBIB* nr 7 (15). [Dokument elektroniczny: www.oss.wroc.pl/biuletyn/ebib15/gaw_dyn.html]
- Hebda, P. (2000). Polska wojna portali. *Internet* nr 1, s. 22–26
- Jarosz, D. (2000). Z wizytą w portalu. *Internet* nr 10, s. 36
- Kniaź, A. (2000). Walka o rząd dusz. *PCKurier* nr 10, s. 38–41
- Konikowski, J. (1999). Portale kontra Vortale. *Internet* nr 12, s. 24–25
- Kuniszewski, s. (2001). Pukając do Sieci bram. *Chip* nr 6, s. 180–184
- Lowe, M. (1999). Business Information at Work. London: Aslib / IMI, s. 13–86
- Netopedia – Encyklopedia Internetu Online (2001). [Dokument elektroniczny: <http://netopedia.tech-tech.pl/netopedia/portal.php>]
- Wimmer, P. (1999). Onet.pl versus Wirtualna Polska. *PCKurier* nr 23, s. 62–66